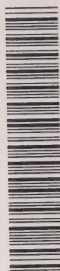


63

217



3 1761 11633959 9

Government  
Publications


Canada. Statistics  
Voluntary group stores.

1964-65









Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116339599>



**VOLUNTARY GROUP STORES**  
(Selected Trades)

**MARCHANDS DÉTAILLANTS VOLONTAIREMENT  
GROUPÉS**  
(certains commerces)

1964 and - et 1965

*4 last*  
First issue  
Première édition

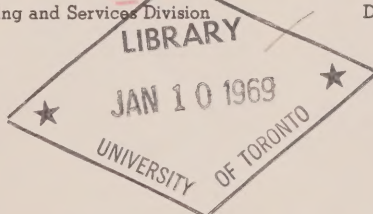
Published by Authority of  
The Minister of Trade and Commerce

Publication autorisée par  
le ministre du Commerce

DOMINION BUREAU OF STATISTICS  
Merchandising and Services Division

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE  
Division du commerce et des services

December - 1968 - Décembre  
6403-540



Price—Prix: 50 cents



### SYMBOLS

The following standard symbols are used in Dominion Bureau of Statistics publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications du Bureau fédéral de la statistique.

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

# VOLUNTARY GROUP STORES

(Selected Trades)

## MARCHANDS DÉTAILLANTS VOLONTAIREMENT GROUPÉS

(certains commerces)

1964 and - et 1965

Earlier this year, a report on voluntary group stores in the grocery and combination trade was published by the Dominion Bureau of Statistics. The present publication reports on voluntary group activity in other trades and summarizes the results of the two studies.

### Voluntary Group Stores — Selected Trades

In 1965, voluntary group stores other than those classified to the grocery and combination trade accounted for total sales of \$764,904,000 — a rise of 12.0 per cent over the 1964 total of \$683,220,000. The number of such stores increased by 4.2 per cent during the same period, from 5,553 to 5,787. The largest proportion of voluntary group business took place in the drug store field, which in 1965 accounted for 46.3 and 42.9 per cent respectively of all voluntary group stores and sales.

Affiliated hardware stores achieved sales of \$129,868,000, in 1965, an increase of 23.1 per cent over 1964. Stores in the general merchandise trades accounted for sales of \$109,926,000 in 1965, an increase of 19.9 per cent over the previous year. In the voluntary drug store field, in contrast, sales increased by only 8.6 per cent and there was a minimal decline in the number of outlets affiliated with drug wholesalers or suppliers. In the miscellaneous trades, sales declined by 2.8 per cent and the number of affiliated stores fell by 9.4 per cent.

At the provincial level, sales of affiliated stores experienced their greatest rate of growth — 26.8 per cent — in British Columbia, increasing from \$55,148,000 in 1964 to \$69,957,000 in 1965. A high level of activity was also indicated in the Atlantic Provinces, where voluntary group store sales rose by 17.5 per cent, from \$44,721,000 to \$52,530,000. Despite somewhat lower increases in growth-rate in Ontario and Quebec and declines in their share of the market, the two central provinces still accounted for well over 60 per cent of total voluntary group store sales in the "selected"

Le Bureau fédéral de la statistique publiait au début de l'année un rapport sur les marchands détaillants volontairement groupés du groupe "épicerie et épicerie-boucheries". La présente publication traite de l'activité des marchands détaillants volontairement groupés dans d'autres commerces et résume les résultats des deux études.

### Marchands détaillants volontairement groupés — Certains commerces

En 1965, les ventes totales des marchands détaillants volontairement groupés autres que ceux du groupé "épicerie et épicerie-boucheries" ont été de \$764,904,000, soit 12 p. 100 de plus qu'en 1964 (\$683,220,000). Le nombre de ces marchands a augmenté de 4.2 p. 100 sur la même période, passant de 5,553 à 5,787. Le secteur le plus important de l'activité des marchands détaillants volontairement groupés est celui de la pharmacie, qui en 1965 groupait 46.3 p. 100 des magasins volontairement groupés et obtenait 42.9 p. 100 des ventes.

Les ventes des quincailleries affiliées (\$129,868,000) dénotaient en 1965 une hausse de 23.1 p. 100 par rapport à 1964. Celles des magasins de marchandises diverses ont pour leur part atteint \$109,926,000 en 1965, ce qui représente une augmentation de 19.9 p. 100 par rapport à l'année précédente. Dans le cas des pharmacies, par contre, les ventes n'ont augmenté que de 8.6 p. 100 et il s'est produit une légère diminution du nombre des points de vente affiliés aux grossistes en produits pharmaceutiques ou aux fournisseurs. Dans le groupe des commerces divers, les ventes ont diminué de 2.8 p. 100 et le nombre de magasins affiliés a baissé de 9.4 p. 100.

Au niveau des provinces, c'est en Colombie-Britannique que les ventes des magasins affiliés ont connu la plus grande expansion (26.8 p. 100) passant de \$55,148,000 à \$69,957,000 entre 1964 et 1965. Les provinces de l'Atlantique ont connu elles aussi une activité intense; les ventes des marchands détaillants volontairement groupés ont augmenté de 17.5 p. 100 c'est-à-dire qu'elles ont passé de \$44,721,000 à \$52,530,000. Malgré un léger ralentissement du taux de croissance et une réduction de leur part du marché, les deux provinces centrales, le Québec et l'Ontario n'en avaient pas moins réalisé, à la fin de 1965, plus



trades (auto accessories, drug, general and general merchandise, hardware and miscellaneous stores) by year-end 1965.

As mentioned in the earlier report, one of the principal purposes of this study was to examine the degree of affiliation in the various kinds of voluntary groups which exist in this country. For the purpose of this report, it was felt that a retailer's degree of affiliation could best be measured by comparing the value of purchases made from or through the group wholesaler/supplier with his total purchases of goods for resale. This proportion is known as "the purchase factor".

Study of the various sections of Table 1 indicates that the purchase factor varied widely from one trade group to another and, within each group, from one part of Canada to another. More than one half of all voluntary group stores in Canada (in the selected trades) had a purchase factor which fell between 50 and 100 per cent. If the **top half** of the purchase factor range (50-100) is accepted as a valid criterion to indicate a better than average degree of affiliation, the most closely affiliated stores — in terms of sales — were located in Ontario (64.6 per cent), Saskatchewan (61.3 per cent) and Manitoba (57.1 per cent). The least closely affiliated stores were found in British Columbia (39.1 per cent) and Quebec (41.4 per cent).

As shown in Table 1, the closest degree of affiliation existed among auto accessories, tire and battery stores, 96.2 per cent of whose sales fell in the 50-100 grouping (91.9 per cent in the 75-100 grouping). Variety stores also displayed a relatively close degree of affiliation with their sponsoring wholesalers: in terms of sales, 80.0 per cent of such stores were found in the top half of the range (and over two-thirds in the top quarter). Affiliated drug stores, on the other hand, were least closely associated with their group suppliers, with only 37.7 per cent in the 50-100 grouping (5.5 per cent in the 75-100 grouping).

Among the major trades described in Table 2, auto accessories, tire and battery shops had the highest "average" (per store) sales in 1965 — \$232,900 — as compared to the all-store figure of \$132,200. The same situation is found to exist in Table 4, which indicates that for **all** stores affiliated with auto accessories wholesalers, the average sales per store in 1965 was \$215,500. In comparison, variety stores and stores affiliated with variety goods wholesalers had the lowest average sales of the five major trades described — \$104,200 and \$109,500 respectively.

de 60 p. 100 du total des ventes des marchands détaillants volontairement groupés du groupe "certains commerces" (accessoires d'automobile, produits pharmaceutiques; "magasins généraux" et magasins de marchandises diverses, quincaillerie et magasins divers).

Comme l'indiquait le rapport précédent, un des buts premiers de l'étude était d'examiner le degré d'affiliation des différents groupes de marchands volontairement groupés du pays. Pour les besoins du présent rapport, on a jugé que le meilleur moyen de mesurer le degré d'affiliation d'un détaillant était de comparer la valeur de ses achats au grossiste ou au fournisseur du groupe à l'ensemble de ses achats pour la revente. Cette proportion est dite "facteur d'achats".

L'examen du tableau 1 révèle que le facteur d'achats varie grandement d'un groupe de commerce à l'autre et à l'intérieur d'un même groupe, d'une région à l'autre du pays. Plus de la moitié de tous les magasins volontairement groupés du Canada (du groupe "certains commerces") avaient un facteur d'achats se situant entre 50 p. 100 et 100 p. 100. Si l'on prend la **partie supérieure** (50 p. 100 à 100 p. 100) de l'échelle comme critère valable d'une affiliation plus grande que la moyenne, les magasins les plus étroitement affiliés (quant aux ventes) étaient ceux de l'Ontario (64.6 p. 100) de la Saskatchewan (61.3 p. 100) et du Manitoba (57.1 p. 100). Les magasins les moins étroitement affiliés étaient ceux de la Colombie-Britannique (39.1 p. 100) et du Québec (41.4 p. 100).

Comme l'indique le tableau 1, l'affiliation la plus poussée était celle des magasins d'accessoires, de pneus et batterie d'automobile, dont 96.2 p. 100 des ventes sont dans le groupement de 50 à 100 p. 100 (et 91.9 p. 100 dans le groupement 75 à 100 p. 100). Les bazars font aussi état d'une relation très étroite avec leurs grossistes commanditaires: en fonction des ventes, 80 p. 100 de ces magasins se situaient dans la moitié supérieure de l'échelle et plus des deux tiers dans le premier quart ou plus. D'autre part, les pharmacies affiliées étaient le groupe le moins étroitement affilié à ses fournisseurs; 37.7 p. 100 seulement des magasins avaient un facteur d'achats entre 50 p. 100 et 100 p. 100 (seulement 5.5 p. 100 entre 75 p. 100 et 100 p. 100).

Parmi les principaux commerces énumérés au tableau 2, ceux des accessoires, des pneus et des batteries d'automobile ont eu la plus forte "moyenne" de ventes (par magasin) en 1965, soit \$232,900, alors que la moyenne pour l'ensemble des magasins était de \$132,200. On retrouve la même situation au tableau 4, qui indique que la moyenne des ventes par magasin de **tous** les magasins affiliés aux grossistes en accessoires d'automobile était de \$215,500 en 1965. Par comparaison, les bazars et les magasins affiliés aux grossistes en objets de bazar avaient les moyennes de vente les plus basses des cinq commerces principaux en question, soit \$104,200 et \$109,500 respectivement.



In addition to the 5,787 affiliated independent stores that existed at the end of 1965, there were another 364 outlets operated by corporate chains within a voluntary group framework. These stores accounted for total sales of \$96,318,000, more than 13 per cent higher than in 1964. About one quarter of corporate chain outlets in the selected trades were located in Ontario, and these were found primarily in the variety trade. Ontario and Saskatchewan each accounted for 19.0 per cent of sales by corporate chain outlets in voluntary groups. Chain and independent affiliated stores together reported total sales of \$861,222,000 during 1965, or 5.3 per cent of sales by all stores other than those classified to the grocery and combination trade.

En plus des 5,787 magasins indépendants affiliés qui existaient à la fin de 1965, on comptait 364 autres points de vente exploités par des sociétés de magasins à succursales dans le cadre d'une association volontaire. Les ventes totales de ces magasins atteignaient \$96,318,000, soit une hausse de plus de 13 p. 100 par rapport à 1964. Environ le quart d'entre ceux qui faisaient partie du groupe "certains commerces" étaient situés en Ontario et se trouvaient surtout dans le secteur des bazars. L'Ontario et la Saskatchewan ont chacune enregistré 19.0 p. 100 des ventes faites dans les magasins des sociétés de magasins à succursales dans les associations volontaires de détaillants. Les magasins à succursales et les magasins indépendants affiliés ont déclaré des ventes globales de \$861,222,000 pour 1965, soit 5.3 p. 100 des ventes de tous les magasins autres que ceux de la catégorie "épicerie et épicerie-boucheries".

### Voluntary Group Stores — All Trades

The following table illustrates the extent to which the voluntary group method of merchandising has penetrated Canadian retailing, particularly among stores in the independent sector. In terms of sales, nearly two-thirds of independent drug stores and one half of independent grocery and combination stores operated in a voluntary group context in 1965. If sales by corporate chain outlets are also included, it is seen that 10.7 per cent of all retail sales in Canada during 1965 took place in an affiliated voluntary group store.

### Marchands détaillants volontairement groupés — Tous commerces

Le tableau suivant illustre l'importance qu'a prise l'association volontaire pour la vente au détail au Canada, particulièrement dans le secteur des magasins indépendants. En fonction des ventes, près des deux tiers des pharmacies indépendantes et la moitié des épicerie et épicerie-boucheries indépendantes étaient exploitées dans le cadre d'une association volontaire en 1965. Si l'on tient compte des sociétés de magasins à succursales, on voit que 10.7 p. 100 de toutes les ventes au détail au Canada en 1965 ont eu lieu chez des marchands volontairement groupés.

Sales in Voluntary Group Stores (Selected Trades) as a Proportion of Total Retail Sales, Canada, 1965  
Ventes des marchands détaillants volontairement groupés (certains commerces) par rapport à l'ensemble des ventes au détail, Canada, 1965

Kind of business — Genre de commerce	Sales in voluntary group stores — Ventes des marchands détaillants volontairement groupés			Total retail sales — Total des ventes au détail			Sales in voluntary group stores as a proportion of total retail sales — Ventes des marchands volontairement groupés par rapport à l'ensemble des ventes au détail		
	Chain — Magasins à succursales	Independent — Indépendants	Total	Chain — Magasins à succursales	Independent — Indépendants	Total	Chain — Magasins à succursales	Independent — Indépendants	Total
	\$'000						%		
Drug stores — Pharmacies .....	x	327,948	x	75,082	511,340	586,422	x	64.1	x
Hardware stores — Quincailleries .....	x	129,868	x	50,468	293,021	343,489	x	44.3	x
Variety stores — Bazars .....	x	34,192	x	464,411	85,687	550,098	x	39.9	x
Other trades — Autres commerces .....	x	272,896	x	3,910,868	10,907,727	14,818,595	x	2.5	x
Sub-total — Total partiel .....	96,318	764,904	861,222	4,500,829	11,797,775	16,298,604	2.1	6.5	5.3
Grocery and combination stores — Épicerie et épicerie-boucheries .....	212,374	1,168,225	1,380,599	2,235,768	2,419,645	4,655,413	9.5	48.3	29.7
All stores — Total — Tous magasins .....	308,692	1,933,129	2,241,821	6,736,597	14,217,420	20,954,017	4.6	13.6	10.7

The earlier report on voluntary food groups referred specifically to the grocery and combination trade. However, as noted in the present publication, a number of stores other than grocery and combination stores (i.e. general stores, variety stores, etc.) were also affiliated with food wholesalers. For purposes of comparison with other (non-DBS) publications, these stores should be included with grocery and combination stores in order to obtain over-all totals for independent stores and sales in voluntary food groups. These are shown below.

Le premier rapport sur les marchands détaillants volontairement groupés dans le domaine de l'alimentation portait spécifiquement sur les épicerie et les épicerie-boucheries. Comme le signale toutefois la présente publication, un certain nombre de magasins autres que les épicerie et les épicerie-boucheries (i.e. "magasins généraux", bazars, etc.) étaient aussi affiliés à des grossistes en alimentation. Aux fins de comparaison avec des publications n'émanant pas du B.F.S., il faudra réunir ces magasins avec les épicerie et les épicerie-boucheries pour obtenir des chiffres globaux pour les magasins indépendants et les ventes des magasins d'alimentation de la catégorie des marchands volontairement groupés. Ces chiffres figurent ci-après.

### Voluntary Food Groups, Canada, 1964 and 1965

#### Marchands détaillants volontairement groupés (alimentation), Canada, 1964 et 1965

Year — Année	Number of stores — Nombre de magasins			Sales — Ventes		
	Grocery and combination — Épicerie et épicerie- boucheries	Other — Autres	Total	Grocery and combination — Épicerie et épicerie- boucheries	Other — Autres	Total
	No. — nomb.			\$'000		
1964 .....	5,268	779	6,047	1,016,951	89,484	1,106,435
1965 .....	5,882	799	6,681	1,168,225	99,576	1,267,801

With the addition of nearly 800 more stores in the food field, the "size of group" distribution (shown in Table 2 of the previous report) was altered significantly. A revised table has therefore been prepared, in which non-grocery and combination stores affiliated with food wholesalers have been included. As the reader will note, the greatest impact was in the largest groups, those with 61 or more affiliated members. The revised data are provided in the following table.

Avec l'addition de près de 800 magasins d'alimentation, la répartition suivant l'importance du groupe (tableau 2 du premier rapport) a été considérablement modifiée. On a donc préparé un nouveau tableau qui comprend les magasins autres que les épicerie-boucheries affiliés à des grossistes en alimentation. Le lecteur remarquera sans doute que le plus grand changement s'est produit dans les groupes les plus importants, c.-à-d. ceux qui ont 61 membres affiliés ou plus. Ces données rectifiées paraissent au tableau ci-après.

### Size of Voluntary Group Organizations (Food), Canada, 1964 and 1965

#### Taille des groupes de magasins volontairement groupés (alimentation), Canada, 1964 et 1965

Size of group — Taille du groupe	1964		1965	
	Number — Nombre	Sales — Ventes	Number — Nombre	Sales — Ventes
	\$'000		\$'000	
4- 9 .....	7	3,480	6	7,907
10- 30 .....	44	152,912	43	134,632
31- 60 .....	30	269,651	34	338,576
61-100 .....	11	166,062	14	207,703
101-150 .....	4	170,955	6	214,698
Over 150 — Plus de 150 .....	9	343,375	9	364,285
<b>Total .....</b>	<b>105</b>	<b>1,106,435</b>	<b>112</b>	<b>1,267,801</b>



**TABLE 1. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965**

**TOTAL, ALL KINDS OF BUSINESS<sup>1</sup>**

**TABLEAU 1. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965**

**TOTAL, TOUS GENRES DE COMMERCE<sup>1</sup>**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Canada							
0- 10 .....	303	344	5.4	5.9	43,936	49,383	6.4	6.5
10- 20 .....	310	347	5.6	6.0	41,099	51,839	6.0	6.8
20- 30 .....	958	960	17.3	16.6	113,513	126,875	16.6	16.6
30- 50 .....	955	900	17.2	15.6	114,364	120,313	16.8	15.7
50- 75 .....	1,752	1,874	31.5	32.4	188,713	211,062	27.6	27.6
75-100 .....	1,275	1,362	23.0	23.5	181,595	205,432	26.6	26.8
<b>Total .....</b>	<b>5,553</b>	<b>5,787</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>683,220</b>	<b>764,904</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
	Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques							
0- 10 .....	25	28	7.6	8.1	4,020	6,178	9.0	11.8
10- 20 .....	21	20	6.3	5.8	4,401	3,629	9.8	6.9
20- 30 .....	121	127	36.7	36.8	13,272	15,089	29.7	28.7
30- 50 .....	16	16	4.8	4.6	2,104	3,382	4.7	6.4
50- 75 .....	58	58	17.6	16.8	6,641	7,129	14.9	13.6
75-100 .....	89	96	27.0	27.9	14,283	17,123	31.9	32.6
<b>Total .....</b>	<b>330</b>	<b>345</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>44,721</b>	<b>52,530</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
	Québec							
0- 10 .....	60	72	7.2	8.2	10,242	12,733	8.3	9.4
10- 20 .....	62	61	7.5	7.0	10,358	11,521	8.4	8.5
20- 30 .....	174	174	21.1	19.9	26,163	23,931	21.3	17.6
30- 50 .....	179	200	21.7	22.9	24,484	31,364	19.9	23.1
50- 75 .....	170	175	20.6	20.0	27,425	29,162	22.3	21.4
75-100 .....	181	192	21.9	22.0	24,380	27,281	19.8	20.0
<b>Total .....</b>	<b>826</b>	<b>874</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>123,052</b>	<b>135,992</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
	Ontario							
0- 10 .....	117	130	4.8	5.3	16,008	17,388	5.3	5.2
10- 20 .....	103	111	4.2	4.5	14,348	17,415	4.7	5.2
20- 30 .....	231	250	9.5	10.1	26,596	33,143	8.8	9.9
30- 50 .....	460	394	19.0	15.9	53,650	50,670	17.7	15.1
50- 75 .....	988	1,030	40.7	41.7	98,719	110,601	32.5	33.0
75-100 .....	528	555	21.8	22.5	94,266	105,752	31.0	31.6
<b>Total .....</b>	<b>2,427</b>	<b>2,470</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>303,587</b>	<b>334,969</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

See footnote at end of table.

Voir renvoi à la fin du tableau.

**TABLE 1. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965 — Concluded**  
**TOTAL, ALL KINDS OF BUSINESS<sup>1</sup>**

**TABLEAU 1. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965 — fin**  
**TOTAL, TOUS GENRES DE COMMERCE<sup>1</sup>**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales — Ventes		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Manitoba							
0- 10 .....	18	28	5.0	7.4	2,315	3,102	6.1	7.8
10- 20 .....	13	20	3.6	5.3	1,124	2,055	3.0	5.2
20- 30 .....	78	62	21.7	16.4	8,821	7,536	23.2	19.0
30- 50 .....	58	41	16.1	10.8	5,958	4,322	15.7	10.9
50- 75 .....	102	123	28.3	32.4	9,743	11,866	25.7	29.8
75-100 .....	91	105	25.3	27.7	9,994	10,854	26.3	27.3
Total .....	360	379	100.0	100.0	37,955	39,735	100.0	100.0
	Saskatchewan							
0- 10 .....	12	14	2.3	2.6	907	1,052	1.9	2.0
10- 20 .....	39	41	7.6	7.5	3,334	4,269	6.9	8.0
20- 30 .....	79	77	15.4	14.1	8,125	7,744	16.7	14.4
30- 50 .....	65	63	12.7	11.5	6,947	7,688	14.3	14.3
50- 75 .....	153	179	29.8	32.8	12,240	14,849	25.2	27.7
75-100 .....	165	172	32.2	31.5	16,961	18,034	35.0	33.6
Total .....	513	546	100.0	100.0	48,514	53,636	100.0	100.0
	Alberta							
0- 10 .....	34	40	5.3	5.8	5,481	4,292	7.8	5.5
10- 20 .....	34	48	5.3	7.0	3,226	6,535	4.6	8.4
20- 30 .....	160	170	24.8	24.7	17,146	21,379	24.4	27.4
30- 50 .....	90	79	13.9	11.5	9,953	9,357	14.2	12.0
50- 75 .....	180	190	27.8	27.6	20,046	20,465	28.5	26.2
75-100 .....	148	161	22.9	23.4	14,391	16,057	20.5	20.5
Total .....	646	688	100.0	100.0	70,243	78,085	100.0	100.0
	British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>							
0- 10 .....	37	32	8.2	6.6	4,963	4,638	9.0	6.6
10- 20 .....	38	46	8.4	9.5	4,308	6,415	7.8	9.2
20- 30 .....	115	100	25.5	20.6	13,390	18,053	24.3	25.8
30- 50 .....	87	107	19.3	22.1	11,268	13,529	20.4	19.3
50- 75 .....	101	119	22.4	24.5	13,899	16,990	25.2	24.3
75-100 .....	73	81	16.2	16.7	7,320	10,332	13.3	14.8
Total .....	451	485	100.0	100.0	55,148	69,957	100.0	100.0

<sup>1</sup> Excludes grocery and combination stores. See "Voluntary Group Stores — Grocery and Combination Trade", Catalogue No. 63-215.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>1</sup> A l'exclusion des épicerie et épicerie-boucheries. Voir "Marchands détaillants volontairement groupés — Épicerie et épicerie-boucheries", numéro de catalogue 63-215.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.



**TABLE 1 A. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965**  
**AUTO ACCESSORIES, TIRE AND BATTERY SHOPS**

**TABLEAU 1 A. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965**  
**MAGASINS D'ACCESSOIRES, DE PNEUS ET DE BATTERIES D'AUTOMOBILE**

Purchase factor — Facteur d'achat	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
Canada								
0 - 10 .....	9	7	2.0	1.5	551	379	0.6	0.3
10 - 20 .....	9	10	2.0	2.2	661	933	0.7	0.9
20 - 30 .....	8	8	1.7	1.7	436	416	0.5	0.4
30 - 50 .....	23	22	5.0	4.7	2,258	2,420	2.3	2.2
50 - 75 .....	31	37	6.7	7.9	3,005	4,627	3.1	4.3
75 - 100 .....	381	383	82.6	82.0	89,309	99,978	92.8	91.9
Total .....	461	467	100.0	100.0	96,220	108,753	100.0	100.0
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques								
0 - 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10 - 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20 - 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30 - 50 .....	1	1	1.3	1.2	x	x	x	x
50 - 75 .....	11	11	13.9	13.4	x	x	x	x
75 - 100 .....	67	70	84.8	85.4	11,836	13,833	91.0	90.5
Total .....	79	82	100.0	100.0	13,011	15,281	100.0	100.0
Québec								
0 - 10 .....	—	1	—	0.7	—	x	—	x
10 - 20 .....	1	1	0.8	0.7	x	x	x	x
20 - 30 .....	2	2	1.4	1.4	x	x	x	x
30 - 50 .....	1	1	0.8	0.7	x	x	x	x
50 - 75 .....	10	13	8.0	9.8	883	1,178	5.6	6.5
75 - 100 .....	117	117	89.0	86.7	14,754	16,528	92.7	91.5
Total .....	131	135	100.0	100.0	15,909	18,060	100.0	100.0
Ontario								
0 - 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10 - 20 .....	2	1	0.9	0.5	x	x	x	x
20 - 30 .....	2	2	0.9	0.9	x	x	x	x
30 - 50 .....	9	9	4.2	4.2	730	884	1.1	1.2
50 - 75 .....	9	11	4.2	5.2	1,005	2,084	1.6	2.9
75 - 100 .....	193	190	89.8	89.2	62,413	69,109	96.9	95.7
Total .....	215	213	100.0	100.0	64,422	72,222	100.0	100.0

See footnote at end of table.

Voir renvoi à la fin du tableau.

**TABLE 1 A. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965 — Concluded**

**AUTO ACCESSORIES, TIRE AND BATTERY SHOPS**

**TABLEAU 1. A. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965 — fin**

**MAGASINS D'ACCESSOIRES, DE PNEUS ET DE BATTERIES D'AUTOMOBILE**

Purchase factor — Facteur d'achat	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Manitoba							
0 - 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10 - 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20 - 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30 - 50 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
50 - 75 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
75-100 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
Total .....	—	—	—	—	—	—	—	—
	Saskatchewan							
0 - 10 .....	1	1	50.0	50.0	x	x	x	x
10 - 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20 - 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30 - 50 .....	1	1	50.0	50.0	x	x	x	x
50 - 75 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
75-100 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
Total .....	2	2	100.0	100.0	x	x	100.0	100.0
	Alberta							
0 - 10 .....	2	1	25.0	14.3	x	x	x	x
10 - 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20 - 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30 - 50 .....	3	2	37.5	28.6	x	x	x	x
50 - 75 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
75-100 .....	3	4	37.5	57.1	x	x	x	x
Total .....	8	7	100.0	100.0	x	x	100.0	100.0
	British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>							
0 - 10 .....	6	4	23.1	14.3	398	235	19.5	9.3
10 - 20 .....	6	8	23.1	28.6	388	790	19.0	31.3
20 - 30 .....	4	4	15.4	14.3	x	239	x	9.5
30 - 50 .....	8	8	30.8	28.6	885	1,079	43.3	42.7
50 - 75 .....	1	2	3.8	7.1	x	x	x	x
75-100 .....	1	2	3.8	7.1	x	x	x	x
Total .....	26	28	100.0	100.0	2,045	2,525	100.0	100.0

<sup>1</sup> Components may not add to totals due to rounding.

<sup>1</sup> Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

<sup>2</sup> Includes Yukon et Northwest Territories.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.



**TABLE 1 B. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups,  
by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965**  
**DRUG STORES**

**TABLEAU 1 B. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés,  
par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965**  
**PHARMACIES**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Canada							
0- 10.....	225	260	8.3	9.7	29,245	33,113	9.7	10.1
10- 20.....	201	223	7.5	8.3	22,839	28,064	7.6	8.6
20- 30.....	787	782	29.2	29.2	90,520	100,463	30.0	30.6
30- 50.....	412	307	15.3	11.4	50,231	42,509	16.6	13.0
50- 75.....	910	922	33.7	34.4	94,509	105,581	31.3	32.2
75-100.....	162	188	6.0	7.0	14,529	18,218	4.8	5.5
Total.....	2,697	2,682	100.0	100.0	301,873	327,948	100.0	100.0
	Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques							
0- 10.....	23	25	13.3	13.6	3,291	x	16.2	x
10- 20.....	17	16	9.9	8.7	1,997	2,065	9.8	8.6
20- 30.....	119	123	68.8	66.8	13,072	14,748	64.3	61.6
30- 50.....	2	4	1.1	2.2	x	x	x	x
50- 75.....	10	7	5.8	3.8	1,484	1,639	7.3	6.9
75-100.....	2	9	1.1	4.9	x	x	x	x
Total.....	173	184	100.0	100.0	20,324	23,927	100.0	100.0
	Québec							
0- 10.....	37	43	13.1	15.5	5,254	6,313	13.8	17.0
10- 20.....	20	18	7.1	6.5	2,992	3,573	7.9	9.6
20- 30.....	112	114	39.6	41.0	15,801	14,206	41.6	38.2
30- 50.....	43	27	15.2	9.7	5,740	3,681	15.1	9.9
50- 75.....	59	60	20.8	21.6	6,624	7,804	17.5	21.0
75-100.....	12	16	4.2	5.7	1,563	1,600	4.1	4.3
Total.....	283	278	100.0	100.0	37,974	37,177	100.0	100.0
	Ontario							
0- 10.....	86	98	5.8	6.6	11,571	12,080	7.1	6.9
10- 20.....	71	76	4.8	5.1	9,104	11,229	5.6	6.4
20- 30.....	176	189	11.9	12.8	20,375	25,049	12.5	14.2
30- 50.....	267	205	18.1	13.9	33,491	28,808	20.5	16.3
50- 75.....	758	776	51.3	52.5	78,586	86,779	48.2	49.3
75-100.....	120	135	8.1	9.1	9,866	12,251	6.1	6.9
Total.....	1,478	1,479	100.0	100.0	162,993	176,196	100.0	100.0

See footnote at end of table.

Voir renvoi à la fin du tableau.

**TABLE 1 B. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups  
by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965 - Concluded**

**DRUG STORES**

**TABLEAU 1 B. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés  
par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965 - fin**

**PHARMACIES**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition		
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965	
	No. — nomb.		%		\$'000		%		
Manitoba									
	0- 10 .....	17	25	10.6	17.2	x	2,819	x	17.1
	10- 20 .....	11	18	6.9	12.4	1,030	1,933	5.9	11.7
	20- 30 .....	74	59	46.2	40.7	8,275	7,018	47.6	42.7
	30- 50 .....	32	18	20.0	12.4	3,349	2,016	19.2	12.3
	50- 75 .....	20	16	12.5	11.1	1,872	1,786	10.8	10.9
	75-100 .....	6	9	3.8	6.2	x	870	x	5.3
	Total .....	160	145	100.0	100.0	17,399	16,442	100.0	100.0
	Saskatchewan								
	0- 10 .....	10	13	5.6	7.6	x	x	x	x
	10- 20 .....	32	31	18.0	17.9	2,481	2,895	15.7	16.8
	20- 30 .....	69	68	38.8	39.3	6,725	6,784	42.7	39.5
	30- 50 .....	25	18	14.0	10.4	x	2,135	x	12.4
	50- 75 .....	27	30	15.2	17.3	1,701	x	10.8	x
	75-100 .....	15	13	8.4	7.5	1,230	x	7.8	x
	Total .....	178	173	100.0	100.0	15,753	17,172	100.0	100.0
	Alberta								
	0- 10 .....	26	34	11.5	14.1	2,379	3,879	10.5	14.5
	10- 20 .....	27	38	11.9	15.8	2,401	3,253	10.6	12.1
20- 30 .....	137	147	60.4	61.0	14,834	17,128	65.7	64.0	
30- 50 .....	23	8	10.1	3.3	1,783	x	7.9	x	
50- 75 .....	11	11	4.8	4.6	883	x	3.9	x	
75-100 .....	3	3	1.3	1.2	309	449	1.4	1.7	
Total .....	227	241	100.0	100.0	22,589	26,774	100.0	100.0	
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>									
0- 10 .....	26	22	13.2	12.1	3,664	3,275	14.8	10.8	
10- 20 .....	23	26	11.6	14.3	2,835	3,115	11.4	10.3	
20- 30 .....	100	82	50.5	45.1	11,438	15,529	46.0	51.3	
30- 50 .....	20	27	10.1	14.8	2,905	4,474	11.7	14.8	
50- 75 .....	25	22	12.6	12.1	3,358	3,183	13.5	10.5	
75-100 .....	4	3	2.0	1.6	641	684	2.6	2.3	
Total .....	198	182	100.0	100.0	24,841	30,260	100.0	100.0	

<sup>1</sup> Components may not add to totals due to rounding.

<sup>1</sup> Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.



TABLE 1C. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor by Province, 1964 and 1965

GENERAL STORES AND GENERAL MERCHANDISE STORES

TABLERAU 1C. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965

MAGASINS GÉNÉRAUX ET MAGASINS DE MARCHANDISES GÉNÉRALES

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Canada							
0- 10.....	14	17	1.9	2.0	3,868	6,740	4.2	6.1
10- 20.....	25	35	3.4	4.1	6,777	7,370	7.4	6.7
20- 30.....	51	68	6.9	7.9	6,804	8,736	7.4	7.9
30- 50.....	173	207	23.4	24.1	18,772	25,674	20.5	23.4
50- 75.....	338	365	45.6	42.4	39,695	40,238	43.3	36.6
75-100.....	139	168	18.8	19.5	15,770	21,168	17.2	19.3
Total .....	740	860	100.0	100.0	91,686	109,926	100.0	100.0
	Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques							
0- 10.....	1	2	1.9	3.5	x	x	x	x
10- 20.....	3	3	5.5	5.3	x	x	x	x
20- 30.....	1	3	1.9	5.3	x	x	x	x
30- 50.....	12	11	22.2	19.3	1,724	x	19.0	x
50- 75.....	29	33	53.7	57.9	3,551	3,698	39.1	33.6
75-100.....	8	5	14.8	8.7	x	823	x	7.5
Total .....	54	57	100.0	100.0	9,078	11,011	100.0	100.0
	Québec							
0- 10.....	2	4	1.8	3.0	x	2,201	x	11.6
10- 20.....	6	8	5.3	6.1	x	1,768	x	9.3
20- 30.....	16	18	14.2	13.6	3,063	3,777	19.4	19.9
30- 50.....	30	42	26.5	31.8	2,973	4,816	18.8	25.3
50- 75.....	43	39	38.0	29.6	5,073	4,035	32.1	21.2
75-100.....	16	21	14.2	15.9	2,227	2,409	14.1	12.7
Total .....	113	132	100.0	100.0	15,812	19,006	100.0	100.0
	Ontario							
0- 10.....	8	9	3.9	3.6	1,746	1,526	8.3	6.0
10- 20.....	7	11	3.5	4.5	1,847	2,207	8.8	8.6
20- 30.....	16	26	7.9	10.5	1,543	2,597	7.4	10.2
30- 50.....	51	51	25.1	20.6	4,549	6,138	21.6	24.1
50- 75.....	97	116	47.8	47.0	8,501	9,489	40.4	37.2
75-100.....	24	34	11.8	13.8	2,843	3,557	13.5	13.9
Total .....	203	247	100.0	100.0	21,029	25,514	100.0	100.0

See footnote at end of table.

Voir renvoi à la fin du tableau.

TABLE 1C. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor by Province, 1964 and 1965 - Concluded

GENERAL STORES AND GENERAL MERCHANDISE STORES

TABLEAU 1C. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965 - fin

MAGASINS GÉNÉRAUX ET MAGASINS DE MARCHANDISES GÉNÉRALES

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Manitoba							
0- 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20 .....	1	—	1.5	—	x	—	x	—
20- 30 .....	1	1	1.5	1.3	x	x	x	x
30- 50 .....	12	15	18.2	19.7	x	x	x	x
50- 75 .....	38	42	57.6	55.3	4,229	4,957	59.2	59.3
75-100 .....	14	18	21.2	23.7	1,479	1,669	20.7	19.9
Total .....	66	76	100.0	100.0	7,140	8,364	100.0	100.0
	Saskatchewan							
0- 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20 .....	3	7	2.9	5.6	x	874	x	6.5
20- 30 .....	4	4	3.8	3.2	x	339	x	2.5
30- 50 .....	21	26	20.0	20.6	x	3,091	x	22.9
50- 75 .....	45	49	42.8	38.9	4,473	4,297	41.0	31.8
75-100 .....	32	40	30.5	31.7	3,866	4,910	35.4	36.3
Total .....	105	126	100.0	100.0	10,922	13,511	100.0	100.0
	Alberta							
0- 10 .....	1	—	0.7	—	x	—	x	—
10- 20 .....	3	4	2.2	2.8	x	x	x	x
20- 30 .....	11	11	8.0	7.7	1,179	x	6.6	x
30- 50 .....	28	39	20.3	27.3	3,530	4,626	19.9	25.5
50- 75 .....	63	52	45.6	36.4	9,237	7,765	52.1	42.8
75-100 .....	32	37	23.2	25.8	3,192	4,196	18.0	23.2
Total .....	138	143	100.0	100.0	17,734	18,128	100.0	100.0
	British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>							
0- 10 .....	2	2	3.3	2.5	x	x	x	x
10- 20 .....	2	2	3.3	2.5	x	x	x	x
20- 30 .....	2	5	3.3	6.3	x	629	x	4.4
30- 50 .....	19	23	31.1	29.1	2,961	2,935	29.7	20.4
50- 75 .....	23	34	37.7	43.0	4,631	5,997	46.4	41.7
75-100 .....	13	13	21.3	16.6	x	3,604	x	25.0
Total .....	61	79	100.0	100.0	9,971	14,392	100.0	100.0

<sup>1</sup> Components may not add to totals due to rounding.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>1</sup> Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

**TABLE 1 D. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965**  
**HARDWARE STORES**

**TABLEAU 1 D. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965**  
**QUINCAILLERIES**

Purchase Factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Canada							
0- 10.....	21	29	2.2	2.6	5,664	4,481	5.4	3.5
10- 20.....	32	36	3.4	3.3	4,205	7,938	4.0	6.1
20- 30.....	57	47	5.9	4.2	7,260	9,370	6.9	7.2
30- 50.....	229	250	23.9	22.5	29,139	34,465	27.6	26.5
50- 75.....	329	431	34.3	38.8	28,067	39,791	26.6	30.6
75-100.....	290	318	30.3	28.6	31,171	33,823	29.5	26.1
Total.....	958	1,111	100.0	100.0	105,506	129,868	100.0	100.0
	Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques							
0- 10.....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20.....	—	—	—	—	—	—	—	—
20- 30.....	—	—	—	—	—	—	—	—
30- 50.....	—	—	—	—	—	—	—	—
50- 75.....	—	—	—	—	—	—	—	—
75-100.....	—	—	—	—	—	—	—	—
Total.....	—	—	—	—	—	—	—	—
	Québec							
0- 10.....	13	20	8.1	10.9	2,729	3,323	11.9	11.5
10- 20.....	20	18	12.3	9.7	2,195	2,347	9.5	8.1
20- 30.....	20	15	12.3	8.2	3,276	2,379	14.2	8.2
30- 50.....	74	92	45.7	50.0	10,148	14,587	44.0	50.5
50- 75.....	20	24	12.3	13.0	2,308	3,406	10.0	11.8
75-100.....	15	15	9.3	8.2	2,402	2,867	10.4	9.9
Total.....	162	184	100.0	100.0	23,058	28,909	100.0	100.0
	Ontario							
0- 10.....	1	2	0.5	0.9	x	x	x	x
10- 20.....	3	4	1.4	1.8	x	x	x	x
20- 30.....	18	14	8.5	6.1	1,405	2,262	5.8	7.5
30- 50.....	67	64	31.8	27.9	8,878	8,954	36.4	29.9
50- 75.....	75	92	35.5	40.2	6,701	9,158	27.5	30.6
75-100.....	47	53	22.3	23.1	6,718	7,813	27.5	26.1
Total.....	211	229	100.0	100.0	24,396	29,941	100.0	100.0

See footnote at end of table.

Voir renvoi à la fin du tableau.



**TABLE 1 D. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965 — Concluded**

**HARDWARE STORES**

**TABLEAU 1 D. Nombre et ventes des magasins de détail indépendant volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965 — fin**

**QUINCAILLERIES**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$*000		%	
	Manitoba							
0 - 10 .....	—	1	—	0.7	—	x	—	x
10 - 20 .....	—	1	—	0.7	—	x	—	x
20 - 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30 - 50 .....	8	6	7.7	4.5	727	x	7.2	x
50 - 75 .....	38	61	36.5	45.6	2,929	4,640	28.8	38.6
75 - 100 .....	58	65	55.8	48.5	6,509	6,878	64.0	57.1
Total .....	104	134	100.0	100.0	10,165	12,032	100.0	100.0
	Saskatchewan							
0 - 10 .....	1	—	0.6	—	x	—	x	—
10 - 20 .....	3	2	1.8	1.0	324	x	2.3	x
20 - 30 .....	5	5	2.9	2.6	x	621	x	3.7
30 - 50 .....	15	18	8.9	9.2	1,894	x	13.3	x
50 - 75 .....	67	92	39.9	46.9	4,522	6,792	31.8	39.9
75 - 100 .....	77	79	45.9	40.3	6,684	7,031	47.1	41.3
Total .....	168	196	100.0	100.0	14,211	17,006	100.0	100.0
	Alberta							
0 - 10 .....	4	4	2.1	1.8	2,712	310	13.3	1.2
10 - 20 .....	2	5	1.0	2.2	x	2,638	x	10.5
20 - 30 .....	8	7	4.2	3.1	x	2,700	x	10.7
30 - 50 .....	29	26	15.2	11.6	3,397	3,448	16.6	13.7
50 - 75 .....	82	110	42.9	48.9	6,674	9,475	32.7	37.6
75 - 100 .....	66	73	34.6	32.4	6,586	6,622	32.3	26.3
Total .....	191	225	100.0	100.0	20,418	25,193	100.0	100.0
	British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>							
0 - 10 .....	2	2	1.6	1.4	x	x	x	x
10 - 20 .....	4	6	3.2	4.2	x	x	x	x
20 - 30 .....	6	6	4.8	4.2	1,061	1,408	8.0	8.4
30 - 50 .....	36	44	29.6	30.8	4,094	4,654	30.9	27.7
50 - 75 .....	47	52	38.6	36.3	4,933	6,321	37.2	37.6
75 - 100 .....	27	33	22.2	23.1	2,272	2,612	17.1	15.6
Total .....	122	143	100.0	100.0	13,258	16,787	100.0	100.0

<sup>1</sup> Components may not add to totals due to rounding.

<sup>1</sup> Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

**TABLE 1E. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups,  
by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965**  
**VARIETY STORES**

**TABLEAU 1E. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés,  
par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965**  
**BAZARS**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Canada							
0- 10 .....	8	5	2.5	1.5	1,018	739	3.2	2.2
10- 20 .....	10	12	3.1	3.7	1,385	1,827	4.3	5.3
20- 30 .....	21	20	6.5	6.1	2,279	2,529	7.1	7.4
30- 50 .....	21	21	6.5	6.4	1,653	1,735	5.1	5.1
50- 75 .....	40	43	12.4	13.1	3,820	4,072	11.9	11.9
75-100 .....	223	227	69.0	69.2	21,990	23,290	68.4	68.1
Total .....	323	328	100.0	100.0	32,145	34,192	100.0	100.0
	Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques							
0- 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20- 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30- 50 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
50- 75 .....	5	6	29.4	37.5	358	465	20.9	26.5
75-100 .....	12	10	70.6	62.5	1,353	1,290	79.1	73.5
Total .....	17	16	100.0	100.0	1,711	1,755	100.0	100.0
	Québec							
0- 10 .....	4	1	7.0	1.7	x	x	x	x
10- 20 .....	8	10	14.0	17.0	x	x	x	x
20- 30 .....	20	18	35.1	31.2	x	2,373	x	34.2
30- 50 .....	14	14	24.6	24.1	x	x	x	x
50- 75 .....	4	7	7.0	12.2	406	606	6.6	8.8
75-100 .....	7	8	12.3	13.8	470	x	7.7	x
Total .....	57	58	100.0	100.0	6,126	6,929	100.0	100.0
	Ontario							
0- 10 .....	4	4	2.6	2.6	x	x	x	x
10- 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20- 30 .....	1	1	0.6	0.6	x	x	x	x
30- 50 .....	5	5	3.2	3.2	314	283	2.5	2.1
50- 75 .....	19	22	12.3	14.2	1,185	1,537	9.5	11.6
75-100 .....	125	123	81.3	79.4	10,659	11,072	85.1	83.5
Total .....	154	155	100.0	100.0	12,519	13,267	100.0	100.0

See footnote at end of table.

Voir renvoi à la fin du tableau.

**TABLE 1 E. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups,  
by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965 — Concluded**  
**VARIETY STORES**

**TABLEAU 1 E. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés,  
par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965 — fin**  
**BAZARS**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>1</sup> — Ventes <sup>1</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Manitoba							
0- 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20- 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30- 50 .....	2	1	33.3	16.7	x	x	x	x
50- 75 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
75-100 .....	4	5	66.7	83.3	x	x	x	x
Total .....	6	6	100.0	100.0	797	673	100.0	100.0
	Saskatchewan							
0- 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20- 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30- 50 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
50- 75 .....	2	—	8.0	—	x	—	x	—
75-100 .....	23	24	92.0	100.0	x	3,239	x	100.0
Total .....	25	24	100.0	100.0	3,556	3,239	100.0	100.0
	Alberta							
0- 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
20- 30 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
30- 50 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
50- 75 .....	7	3	20.0	8.6	x	465	x	11.2
75-100 .....	28	32	80.0	91.4	x	3,682	x	88.8
Total .....	35	35	100.0	100.0	3,941	4,147	100.0	100.0
	British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>							
0- 10 .....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20 .....	2	2	6.9	5.9	x	x	x	x
20- 30 .....	—	1	—	2.9	—	x	—	x
30- 50 .....	—	1	—	2.9	—	x	—	x
50- 75 .....	3	5	10.3	14.8	x	1,000	x	23.9
75-100 .....	24	25	82.8	73.5	2,665	2,882	76.3	68.9
Total .....	29	34	100.0	100.0	3,495	4,182	100.0	100.0

<sup>1</sup> Components may not add to totals due to rounding.

<sup>1</sup> Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.



**TABLE 1 F. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965**  
**MISCELLANEOUS STORES<sup>1</sup>**

**TABLERAU 1 F. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965**  
**MAGASINS DIVERS<sup>1</sup>**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>2</sup> — Ventes <sup>2</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Canada							
0- 10 .....	26	26	7.0	7.7	3,590	3,931	6.4	7.3
10- 20 .....	33	31	8.8	9.2	5,231	5,707	9.4	10.5
20- 30 .....	34	35	9.1	10.3	6,214	5,361	11.1	9.9
30- 50 .....	97	93	25.9	27.4	12,311	13,510	22.1	24.9
50- 75 .....	104	76	27.8	22.4	19,617	16,753	35.2	30.9
75-100 .....	80	78	21.4	23.0	8,826	8,955	15.8	16.5
Total .....	374	339	100.0	100.0	55,789	54,217	100.0	100.0
	Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques							
0- 10 .....	1	1	14.3	16.7	x	x	x	x
10- 20 .....	1	1	14.3	16.7	x	x	x	x
20- 30 .....	1	1	14.3	16.7	x	x	x	x
30- 50 .....	1	—	14.3	—	x	—	x	—
50- 75 .....	3	1	42.8	16.7	x	x	x	x
75-100 .....	—	2	—	33.2	—	x	—	x
Total .....	7	6	100.0	100.0	597	556	100.0	100.0
	Québec							
0- 10 .....	4	3	5.0	3.5	876	404	3.6	1.6
10- 20 .....	7	6	8.8	6.9	2,066	2,083	8.5	8.0
20- 30 .....	4	7	5.0	8.0	1,665	x	6.9	x
30- 50 .....	17	24	21.2	27.6	4,470	6,888	18.5	26.6
50- 75 .....	34	32	42.5	36.8	12,131	12,134	50.2	46.8
75-100 .....	14	15	17.5	17.2	2,965	x	12.3	x
Total .....	80	87	100.0	100.0	24,173	25,912	100.0	100.0
	Ontario							
0- 10 .....	18	17	10.8	11.6	2,354	2,883	12.9	16.2
10- 20 .....	20	19	12.1	12.9	2,501	2,705	13.7	15.2
20- 30 .....	18	18	10.8	12.3	3,178	3,132	17.5	17.6
30- 50 .....	61	60	36.8	40.8	5,687	5,601	31.2	31.4
50- 75 .....	30	13	18.1	8.8	2,740	1,557	15.0	8.7
75-100 .....	19	20	11.4	13.6	1,769	1,952	9.7	10.9
Total .....	166	147	100.0	100.0	18,229	17,830	100.0	100.0

See footnotes at end of table.

Voir renvoi à la fin du tableau.

**TABLE 1F. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1964 and 1965 - Concluded**  
**MISCELLANEOUS STORES<sup>1</sup>**

**TABLEAU 1F. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1964 et 1965 - fin**

**MAGASINS DIVERS<sup>1</sup>**

Purchase factor — Facteur d'achats	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales <sup>2</sup> — Ventes <sup>2</sup>		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
	Manitoba							
0- 10.....	1	2	4.2	11.1	x	x	x	x
10- 20.....	1	1	4.2	5.6	x	x	x	x
20- 30.....	3	2	12.5	11.1	x	x	x	x
30- 50.....	4	1	16.6	5.6	413	x	16.8	x
50- 75.....	6	4	25.0	22.2	713	483	29.0	21.7
75-100.....	9	8	37.5	44.4	841	x	34.3	x
Total .....	24	18	100.0	100.0	2,454	2,224	100.0	100.0
	Saskatchewan							
0- 10.....	—	—	—	—	—	—	—	—
10- 20.....	1	1	2.9	4.0	x	x	x	x
20- 30.....	1	—	2.9	—	x	—	x	—
30- 50.....	3	—	8.5	—	x	—	x	—
50- 75.....	12	8	34.3	32.0	x	x	x	x
75-100.....	18	16	51.4	64.0	x	x	x	x
Total .....	35	25	100.0	100.0	x	x	100.0	100.0
	Alberta							
0- 10.....	1	1	2.1	2.7	x	x	x	x
10- 20.....	2	1	4.3	2.7	x	x	x	x
20- 30.....	4	5	8.5	13.5	x	x	x	x
30- 50.....	7	4	14.9	10.8	x	x	x	x
50- 75.....	17	14	36.2	37.9	x	x	x	x
75-100.....	16	12	34.0	32.4	x	x	x	x
Total .....	47	37	100.0	100.0	x	x	100.0	100.0
	British Columbia <sup>3</sup> — Colombie-Britannique <sup>3</sup>							
0- 10.....	1	2	6.6	10.5	x	x	x	x
10- 20.....	1	2	6.6	10.5	x	x	x	x
20- 30.....	3	2	20.0	10.5	430	x	28.0	x
30- 50.....	4	4	26.7	21.1	423	x	27.5	x
50- 75.....	2	4	13.4	21.1	x	x	x	x
75-100.....	4	5	26.7	26.3	337	x	21.9	x
Total .....	15	19	100.0	100.0	1,537	1,810	100.0	100.0

<sup>1</sup> Includes: family clothing stores; furniture stores; furniture, TV, radio and appliance stores; automobile dealers; garages; service stations; and miscellaneous food stores.

<sup>2</sup> Components may not add to totals due to rounding.

<sup>3</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>1</sup> Comprend les magasins de vêtements pour la famille; les magasins de meubles; radios et téléviseurs et appareils; les marchands d'automobiles; les garages; les stations-service et les magasins divers d'alimentation.

<sup>2</sup> Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

<sup>3</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

**TABLE 2. Number, Sales and Average Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Province and Kind of Business, 1964 and 1965**

**TABLERAU 2. Nombre, ventes et ventes moyennes des magasins de détail indépendants, volontairement groupés, par province et par genre de commerce, 1964 et 1965**

Province	1964			1965		
	Outlets — Magasins	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasin	Outlets — Magasins	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasin
	No. — nomb.	\$	\$	No. — nomb.	\$	\$
<b>Total, all kinds of business<sup>1</sup> — Total, tous genres de commerces<sup>1</sup></b>						
Atlantic Provinces — Provinces						
Atlantiques .....	330	44,721,000	135,500	345	52,530,000	152,300
Québec .....	826	123,052,000	148,900	874	135,992,000	155,600
Ontario .....	2,427	303,587,000	125,100	2,470	334,969,000	135,600
Manitoba .....	360	37,955,000	105,400	379	39,735,000	104,800
Saskatchewan .....	513	48,514,000	94,600	546	53,636,000	98,200
Alberta .....	646	70,243,000	108,700	688	78,085,000	113,500
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	451	55,148,000	122,300	485	69,957,000	144,200
<b>Total .....</b>	<b>5,553</b>	<b>683,220,000</b>	<b>123,000</b>	<b>5,787</b>	<b>764,904,000</b>	<b>132,200</b>
<b>Auto accessories, tire and battery shops</b>						
<b>Magasins d'accessoires, de pneus et de batteries d'automobile</b>						
Atlantic Provinces — Provinces						
Atlantiques .....	79	13,011,000	164,700	82	15,281,000	186,400
Québec .....	131	15,909,000	121,400	135	18,059,000	133,800
Ontario .....	215	64,422,000	299,600	213	72,222,000	339,100
Manitoba .....	—	—	—	—	—	—
Saskatchewan .....	2	x	x	2	x	x
Alberta .....	8	x	x	7	x	x
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	26	2,045,000	78,700	28	2,525,000	90,200
<b>Total .....</b>	<b>461</b>	<b>96,220,000</b>	<b>208,700</b>	<b>467</b>	<b>108,753,000</b>	<b>232,900</b>
<b>Drug stores — Pharmacies</b>						
Atlantic Provinces — Provinces						
Atlantiques .....	173	20,324,000	117,500	184	23,927,000	130,000
Québec .....	283	37,974,000	134,200	278	37,177,000	133,700
Ontario .....	1,478	162,993,000	110,300	1,479	176,196,000	119,100
Manitoba .....	160	17,399,000	108,700	145	16,442,000	113,400
Saskatchewan .....	178	15,753,000	88,500	173	17,172,000	99,300
Alberta .....	227	22,589,000	99,500	241	26,774,000	111,100
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	198	24,841,000	125,500	182	30,260,000	166,300
<b>Total .....</b>	<b>2,697</b>	<b>301,873,000</b>	<b>111,900</b>	<b>2,682</b>	<b>327,948,000</b>	<b>122,300</b>
<b>General stores and general merchandise stores</b>						
<b>Magasins généraux et magasins de marchandises diverses</b>						
Atlantic Provinces — Provinces						
Atlantiques .....	54	9,078,000	168,100	57	11,011,000	193,200
Québec .....	113	15,812,000	139,900	132	19,006,000	144,000
Ontario .....	203	21,029,000	103,600	247	25,514,000	103,300
Manitoba .....	66	7,140,000	108,200	76	8,364,000	110,100
Saskatchewan .....	105	10,922,000	104,000	126	13,511,000	107,200
Alberta .....	138	17,734,000	128,500	143	18,128,000	126,800
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	61	9,971,000	163,500	79	14,392,000	182,200
<b>Total .....</b>	<b>740</b>	<b>91,686,000</b>	<b>123,900</b>	<b>860</b>	<b>109,926,000</b>	<b>127,800</b>

See footnotes at end of table.

Voir renvois à la fin du tableau.



**TABLE 2. Number, Sales and Average Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Province and Kind of Business, 1964 and 1965 - Continued**

**TABLEAU 2. Nombre, ventes et ventes moyennes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par province et par genre de commerce, 1964 et 1965 - suite**

Province	1964			1965		
	Outlets — Magasins	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasin	Outlets — Magasins	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasin
	No. — nomb.	\$	\$	No. — nomb.	\$	\$
Hardware stores — Quincailleries						
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques .....	—	—	—	—	—	—
Québec .....	162	23,058,000	142,300	184	28,909,000	157,100
Ontario .....	211	24,396,000	115,600	229	29,941,000	130,700
Manitoba .....	104	10,165,000	97,700	134	12,032,000	89,800
Saskatchewan .....	168	14,211,000	84,600	196	17,006,000	86,800
Alberta .....	191	20,418,000	106,900	225	25,193,000	112,000
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	122	13,258,000	108,700	143	16,787,000	117,400
<b>Total .....</b>	<b>958</b>	<b>105,506,000</b>	<b>110,100</b>	<b>1,111</b>	<b>129,868,000</b>	<b>116,900</b>
Variety stores — Bazars						
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques .....	17	1,711,000	100,600	16	1,755,000	109,700
Québec .....	57	6,126,000	107,500	58	6,929,000	119,500
Ontario .....	154	12,519,000	81,300	155	13,267,000	85,600
Manitoba .....	6	797,000	132,800	6	673,000	112,200
Saskatchewan .....	25	3,556,000	142,200	24	3,239,000	135,000
Alberta .....	35	3,941,000	112,600	35	4,147,000	118,500
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	29	3,495,000	120,500	34	4,182,000	123,000
<b>Total .....</b>	<b>323</b>	<b>32,145,000</b>	<b>99,500</b>	<b>328</b>	<b>34,192,000</b>	<b>104,200</b>
Automobile dealers, garages and service stations <sup>3</sup> — Vendeurs d'automobiles, garages et stations-service <sup>3</sup>						
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques .....	—	—	—	—	—	—
Québec .....	5	1,264,000	252,800	4	607,000	151,700
Ontario .....	104	10,086,000	97,000	101	10,883,000	107,800
Manitoba .....	1	x	x	1	x	x
Saskatchewan .....	1	x	x	1	x	x
Alberta .....	2	x	x	1	x	x
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	—	—	—	3	360,000	120,000
<b>Total .....</b>	<b>113</b>	<b>11,739,000</b>	<b>103,900</b>	<b>111</b>	<b>12,107,000</b>	<b>109,100</b>
Family clothing stores <sup>3</sup> — Magasins de vêtement pour la famille <sup>3</sup>						
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques .....	5	x	x	5	x	x
Québec .....	3	1,008,000	336,000	3	1,067,000	355,700
Ontario .....	10	1,004,000	100,400	11	1,259,000	114,500
Manitoba .....	9	827,000	91,900	9	923,000	102,600
Saskatchewan .....	22	1,994,000	90,600	23	2,163,000	94,000
Alberta .....	27	2,075,000	76,900	24	2,025,000	84,400
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup> .....	4	x	x	3	x	x
<b>Total .....</b>	<b>80</b>	<b>7,785,000</b>	<b>97,300</b>	<b>78</b>	<b>8,200,000</b>	<b>105,100</b>

See footnotes at end of table.

Voir renvois à la fin du tableau.

**TABLE 2. Number, Sales and Average Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Province and Kind of Business, 1964 and 1965 — Concluded**

**TABLEAU 2. Nombre, ventes et ventes moyennes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par province et par genre de commerce, 1964 et 1965 — fin**

Province	1964			1965		
	Outlets — Magasins	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasin	Outlets — Magasins	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasin
	No. — nomb.	\$	\$	No. — nomb.	\$	\$
Furniture, T.V., radio and appliance stores <sup>3</sup> — Magasins de meubles, de radios, de téléviseurs et d'appareils <sup>3</sup>						
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques .....	—	—	—	—	—	—
Québec .....	40	16,469,000	411,700	44	18,825,000	427,800
Ontario .....	8	1,746,000	218,200	7	1,886,000	269,400
Manitoba .....	2	x	x	2	x	x
Saskatchewan .....	—	—	—	—	—	—
Alberta .....	1	x	x	1	x	x
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Bri- tannique <sup>2</sup> .....	1	x	x	1	x	x
<b>Total .....</b>	<b>52</b>	<b>18,700,000</b>	<b>359,600</b>	<b>55</b>	<b>21,173,000</b>	<b>385,000</b>
Miscellaneous food stores <sup>3</sup> — Magasins divers d'alimentation <sup>3</sup>						
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques .....	2	x	x	1	x	x
Québec .....	32	5,432,000	169,700	36	5,414,000	150,400
Ontario .....	44	5,393,000	122,600	28	3,803,000	135,800
Manitoba .....	12	1,274,000	106,200	6	990,000	165,000
Saskatchewan .....	12	x	x	1	x	x
Alberta .....	17	2,428,000	142,800	11	x	x
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Bri- tannique <sup>2</sup> .....	10	1,036,000	103,600	12	1,091,000	90,900
<b>Total .....</b>	<b>129</b>	<b>17,565,000</b>	<b>136,200</b>	<b>95</b>	<b>12,737,000</b>	<b>134,100</b>

<sup>1</sup> Excludes grocery and combination stores. See "Voluntary Group Stores — Grocery and Combination Trade". Catalogue No. 63-215.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>3</sup> In Table 1, included in "Miscellaneous Stores".

<sup>1</sup> A l'exclusion des épiceries et des épiceries-boucheries. Voir "Marchands détaillants volontairement groupés — Épiceries et épiceries-boucheries", numéro de catalogue 63-215.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

<sup>3</sup> Au tableau 1, compris dans "Magasins divers".

TABLE 3. Size of Voluntary Group Organizations, Canada, 1964 and 1965<sup>1</sup>

TABLEAU 3. Taille des groupes de magasins volontairement groupés Canada, 1964 et 1965<sup>1</sup>

Size — Taille	1964		1965	
	Number — Nombre	Sales — Ventes	Number — Nombre	Sales — Ventes
		\$		\$
4 - 9 .....	2	2,384,000	2	2,117,000
10 - 30 .....	3	7,072,000	3	7,892,000
31 - 60 .....	8	48,677,000	8	57,402,000
61 - 100 .....	5	46,018,000	5	54,138,000
101 - 150 .....	7	86,126,000	7	93,020,000
Over 150 - Plus de 150 .....	6	403,459,000	7	450,759,000
Sub-total - Total partiel .....	31	593,736,000	32	665,328,000
Stores in "food" groups <sup>2</sup> - Magasins des groupes "Alimentation" <sup>2</sup>	—	89,484,000	—	99,576,000
Total .....	31	683,220,000	32	764,904,000

<sup>1</sup> Voluntary groups which are composed primarily of grocery and combination stores (i.e., affiliated with food wholesalers and suppliers) are excluded from this table.

<sup>2</sup> Represents sales of stores—other than those classified to the grocery and combination trade—affiliated with food wholesalers and suppliers. Since such stores are extensions of existing voluntary food groups (45 in 1964, 52 in 1965) and do not comprise new affiliations as such, a size-of-group breakdown is not feasible. (See text for additional details and comment.)

<sup>1</sup> Le présent tableau ne comprend pas les groupes de magasins volontairement groupés qui se composent surtout d'épiceries et d'épiceries-boucheries (c.-à-d., qui sont affiliés à des grossistes et fournisseurs en alimentation).

<sup>2</sup> Ventes des magasins (autres que ceux qui sont classés comme épiceries et épiceries-boucheries) affiliés à des grossistes et à des fournisseurs en alimentation. Comme ces magasins sont le prolongement des magasins d'alimentation volontairement groupés existants (45 en 1964, 52 en 1965) et ne forment pas de nouvelles applications comme telles, il est impossible d'en faire une répartition selon la taille. (Pour détails et autres commentaires, voir texte.)

TABLE 4. Number, Sales and Average Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups,<sup>1</sup> by Type of Affiliation, Canada, 1964 and 65

TABLEAU 4. Nombre, ventes et ventes moyennes des magasins de détail indépendants volontairement groupés<sup>1</sup>, par genre d'affiliation, Canada, 1964 et 1965

Type of affiliation <sup>2</sup> — Genre d'affiliation <sup>2</sup>	1964				1965			
	Whole- salers — Gros- sistes	Affiliated stores — Magasins affiliés	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasins	Whole- salers — Gros- sistes	Affiliated stores — Magasins affiliés	Sales — Ventes	Average sales per store — Ventes moyennes par magasins
	No. — nomb.			\$	No. — nomb.		\$	\$
Auto accessories — Acces- soires d'automobiles .....	5	598	114,376,000	191,300	5	605	130,357,000	215,500
Drugs and drug sundries — Produits pharmaceutiques	7	2,692	302,249,000	112,300	8	2,706	326,959,000	120,800
Food <sup>3</sup> — Alimentation <sup>3</sup> .....	(45)	779	89,484,000	114,900	(52)	799	99,576,000	124,600
Hardware — Quincaillerie ....	15	1,033	129,037,000	124,900	15	1,207	156,549,000	129,700
Variety goods — Objets de bazar .....	4	451	48,074,000	106,600	4	470	51,463,000	109,500
Total .....	31	5,553	683,220,000	123,000	32	5,787	764,904,000	132,200

<sup>1</sup> Excludes grocery and combination stores.

<sup>2</sup> Refers to major commodity line of the group wholesaler or supplier.

<sup>3</sup> See footnote 2, Table 3.

<sup>1</sup> A l'exclusion des épiceries et des épiceries-boucheries.

<sup>2</sup> Selon la marchandise principale fournie par le grossiste ou le fournisseur.

<sup>3</sup> Voir renvoi 2, tableau 3.



**TABLE 5. Number and Sales of Corporate Chain Stores in Voluntary Groups,<sup>1</sup>  
by Province, 1964 and 1965**

**TABLERAU 5. Nombre et ventes des sociétés de magasins à succursales en association volontaire<sup>1</sup>,  
par province, 1964 et 1965**

Province	Outlets — Magasins		Percentage distribution — Répartition		Sales — Ventes		Percentage distribution — Répartition	
	1964	1965	1964	1965	1964	1965	1964	1965
	No. — nomb.		%		\$'000		%	
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques	41	41	11.3	11.3	x	x	x	x
Québec	35	31	9.7	8.5	x	x	x	x
Ontario	86	88	23.8	24.2	15,612	18,326	18.3	19.0
Manitoba	33	34	9.1	9.3	8,831	9,670	10.4	10.0
Saskatchewan	54	61	14.9	16.8	15,989	18,318	18.8	19.0
Alberta	57	58	15.7	15.9	15,815	16,471	18.5	17.1
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>	56	51	15.5	14.0	10,240	13,055	12.0	13.6
<b>Total</b>	<b>362</b>	<b>364</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>85,197</b>	<b>96,318</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

<sup>1</sup> Excludes grocery and combination stores.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>1</sup> A l'exclusion des épiceries et des épiceries-boucheries.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

**TABLE 5A. Number of Stores Operated by Corporate Chains in Voluntary Groups,  
by Province and Kind of Business, 1964 and 1965**

**TABLERAU 5 A. Nombre de magasins exploités par des sociétés de magasins à succursales en  
association volontaire, par province et par genre de commerce, 1964 et 1965**

Province	Auto accessories — Accessoires d'automobile	Drugs — Produits pharma- ceutiques	Hardware and general merchandise — Quin- caillerie et mar- chandises diverses	Variety — Bazars	Total
<b>1964</b>					
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques	1	—	—	40	41
Québec	33	—	—	2	35
Ontario	2	5	5	74	86
Manitoba	—	—	18	15	33
Saskatchewan	—	—	39	15	54
Alberta	—	—	39	18	57
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>	—	—	32	24	56
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>5</b>	<b>133</b>	<b>188</b>	<b>362</b>
<b>1965</b>					
Atlantic Provinces — Provinces Atlantiques	—	—	—	41	41
Québec	29	—	—	2	31
Ontario	2	4	5	77	88
Manitoba	—	—	19	15	34
Saskatchewan	—	—	43	18	61
Alberta	—	—	40	18	58
British Columbia <sup>2</sup> — Colombie-Britannique <sup>2</sup>	—	—	24	27	51
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>4</b>	<b>131</b>	<b>198</b>	<b>364</b>

<sup>1</sup> Includes the following chain store organizations: The J.H. Ashdown Hardware Co. Ltd.; Handy Andy Company; Jury and Lovell Ltd.; MacLeod's Ltd.; Marshall Wells of Canada Ltd.; Mead Stores Ltd.; Stedman's Ltd.; Robinson, Little & Co. Ltd.; and Western Tire and Auto Supply Ltd.

<sup>2</sup> Includes Yukon and Northwest Territories.

<sup>1</sup> Comprend les organisations de magasins à succursales suivantes: The J.H. Ashdown Hardware Co. Ltd.; Handy Andy Company; Jury and Lovell Ltd.; MacLeod's Ltd.; Marshall Wells of Canada Ltd.; Mead Stores Ltd.; Stedman's Ltd.; Robinson, Little & Co. Ltd.; et Western Tire and Auto Supply Ltd.

<sup>2</sup> Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

**List of Voluntary Group Suppliers, 1964 and 1965**  
(Selected Trades)

**Liste des fournisseurs des marchands détaillants volontairement groupés, 1964 et 1965**  
(Certains commerces)

**Auto accessories — Accessoires d'automobile:**

Canadian Tire Corporation Ltd. ....  
Handy Andy Company Ltd. ....  
Motorcade Stores Ltd. ....  
O.K. Tire Stores Canada Ltd. ....  
Western Tire and Auto Supply Ltd. ....

**Drugs — Produits pharmaceutiques:**

Dale Laboratories ....  
Drug Trading Company Ltd. ....  
Leader Drugs Ltd. ....  
National Drug and Chemical Co. Ltd. ....  
Rexall Drug Co. Ltd. ....  
Western Wholesale Drug Ltd. ....

**Hardware<sup>1</sup> — Quincaillerie<sup>1</sup>:**

Ablan Leon Ltd. ....  
Ashdown's ....  
Falcon Hardware Ltd. ....

**Hardware<sup>1</sup> — Concluded — Quincaillerie<sup>1</sup> — fin:**

Hollinger Hardware Ltd. ....  
D. H. Howden & Co. Ltd. ....  
Link Hardware Co. Ltd. ....  
MacLeod's ....  
(Les) Marchands en Quincaillerie ....  
Marshall Wells of Canada Ltd. ....  
McLennan, McFeely & Prior Ltd. ....  
Northern Canada Supply Co. Ltd. ....  
Pioneer Hardware Ltd. ....  
Prestige Furniture Ltd. ....  
Edouard Roy & Fils Ltée ....  
Wood Alexander Ltd. ....

**Variety — Bazars:**

M.I. Varieties Inc. ....  
Merchants Supply Co. Ltd. ....  
Robinson Little & Co. Ltd. ....  
Stedman's ....

<sup>1</sup> Includes furniture and general merchandise wholesalers.

<sup>1</sup> Y compris les grossistes en meubles et en marchandises diverses.

**CONFIDENTIAL**

Taken in conformity with the Statistics Act

DOMINION BUREAU OF STATISTICS  
Merchandising and Services Division  
OTTAWA

One copy properly completed should be returned within one month of receipt

**VOLUNTARY GROUP STORES- 1965**

(Please make any change in Name or Address)

**SECTION 1.**

Please answer the following questions by placing a check mark (✓) in the appropriate box.

A. Did a written contract exist between yourself and a wholesaler or supplier for the purpose of advertising and/or purchasing during 1965. Such a contract may have provided for standardized accounting systems, store modernization, merchandising advice and other services .....

☐ Yes ☐ No

B. If the answer to question A above is yes, did the contract specifically provide for the:

(i) payment of an annual membership fee ..... ☐ Yes ☐ No

(ii) participation in group advertising..... ☐ Yes ☐ No

(iii) purchasing of goods from the wholesaler or supplier..... ☐ Yes ☐ No

C. Did you display any signs or symbols during 1965 indicating to your customers that you were a member of a voluntary group?

☐ Yes ☐ No

**SECTION 2.**

**INSTRUCTIONS**

(a) All figures should relate to the calendar year or to the fiscal year conforming most closely to the calendar year. PLEASE ANSWER ALL QUESTIONS.

(b) Complete the form for the store or stores which are affiliated with a voluntary group.

(c) If this business was operated for only part of the year and/or if the affiliation was for only part of the year, complete the information below.

1. Date of change of ownership

2. Name and present address of other operator

3. Date affiliation began

4. Date affiliation terminated (if applicable)

**A. DESCRIPTION OF BUSINESS**

1. Kind of business: (define your business as it is generally known to the public. Examples: grocery store, combination grocery and meat store, fruit and vegetable store, confectionery store, general store, drug store, hardware store, etc.)

2. To better classify your business, please indicate the percentage of the main commodity groups sold. Example: groceries, 55%; men's clothing, 5%; hardware, 25%; drugs, 15%.

\_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ %

3. Name and address of voluntary or affiliated group wholesaler:

Name

Address

Group name



4. If more than one store was operated in 1965 list each location, check (✓) the store or stores which are affiliated with a voluntary group and give the kind of business for each.

Name	Address	(✓) if voluntary group store	Kind of business for each store

**B. ANNUAL SALES 1965**

Net sales and receipts of store or stores affiliated with a voluntary group wholesaler. INCLUDE merchandise sales (less allowances), all service receipts and commissions, meals sold or consumed and proprietors' and employees' withdrawals of goods for their own use at retail prices. EXCLUDE direct sales taxes and non-trading revenues, such as dividends, rent, bad debts recovered, etc.

\$

**C. PURCHASES 1965:** One of the purposes of this survey is to measure the degree of affiliation of voluntary group stores. In order to arrive at the degree of affiliation for your business we require the following breakdown of your total purchases: (careful estimates for (2) will be satisfactory).

(1) Total purchases of merchandise for resale, 1965 (affiliated stores only) .....

(2) How much of the above was purchased from:

(a) the voluntary group wholesaler .....

(b) other sources .....

**D. INVENTORY OF MERCHANDISE** on hand for resale end of year.

EXCLUDE store supplies .....

**E.** The information given in this schedule is correct and complete to the best of my knowledge.

Signature	Official title
Date of report	Period covered
	From To

**CONFIDENTIEL**  
Effectuée sous le  
régime de la loi  
sur la statistique

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE  
Division du commerce et des services  
OTTAWA

Remplir et renvoyer  
un exemplaire dans  
un délai d'un mois

**MAGASINS SYNDIQUÉS - 1965**

(Prière de modifier au besoin le nom et l'adresse)

**SECTION 1.**

Prière de répondre aux questions suivantes en inscrivant un crochet dans la case appropriée.

A. Aviez-vous conclu une entente écrite avec un grossiste ou un fournisseur pour fins de publicité et/ou d'achat durant 1965? Certaines ententes peuvent aussi prévoir des services additionnels tels: systèmes de comptabilité uniques, réaménagement des locaux, conseils sur la mise en marché et autres .....

☐ Oui ☐ Non

B. Si vous avez répondu oui à la question A, cette entente prévoyait-elle:

i) le paiement d'une cotisation annuelle..... ☐ Oui ☐ Non

ii) la participation à un plan de publicité ..... ☐ Oui ☐ Non

iii) l'achat de marchandises du grossiste ou du fournisseur ..... ☐ Oui ☐ Non

C. Avez-vous affiché une enseigne ou un symbole durant 1965 indiquant à vos clients votre participation à un groupe de magasins syndiqués? .....

☐ Oui ☐ Non

**SECTION 2.**

**DIRECTIVES**

a) Tous les chiffres doivent s'appliquer à l'année civile ou à l'exercice financier le plus près. PRIÈRE DE RÉPONDRE À TOUTES LES QUESTIONS.

b) Remplir le questionnaire à l'égard du ou des magasins affilié(s) à un groupe de magasins syndiqués.

c) Si ce commerce n'a été exploité que durant une partie de l'année et (ou) si l'affiliation n'a duré qu'une partie de l'année, donner les renseignements exigés ci-dessous.

1. Date du changement de propriétaire	2. Nom de l'autre exploitant
3. Date du début de l'affiliation	4. Date où l'affiliation a pris fin (la cas échéant)

**A. DESCRIPTION DU COMMERCE**

1. Genre de commerce: (définir votre commerce comme le public le désigne. Exemples: épicerie, épicerie-boucherie, magasin de fruits et légumes, confiserie, magasin général, quincaillerie, pharmacie, etc.)

2. Afin de mieux classer votre entreprise, prière d'indiquer le pourcentage des principaux groupes de marchandises vendues. Exemples: épicerie, 55%; vêtements pour hommes, 5%; quincaillerie, 25%; produits pharmaceutiques, 15%.

\_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ %

3. Nom et adresse du grossiste desservant le groupe de magasins syndiqués ou affiliés dont vous êtes membre:

Nom	Adresse
Nom du syndicat	

4. Si plus d'un magasin a été exploité en 1965, énumérer chaque local, pointer (✓) le ou les magasins affilié(s) au groupe de magasins syndiqués et donner le genre de commerce pour chaque magasin.

Nom	Adresse	(✓) si, un magasin affilié	Genre de commerce

#### B. VENTES ANNUELLES EN 1965

Ventes nettes et recettes du ou des magasins affilié(s) à un grossiste de magasins syndiqués. INCLURE les ventes de marchandise (moins les remises), toutes les recettes provenant de services et de commissions, les repas vendus ou consommés, et les retraits de marchandises des propriétaires et des employés pour leur usage personnel, aux prix de détail. EXCLURE les taxes de vente directes et les recettes non commerciales, comme les dividendes, le loyer, les recouvrements de mauvaises créances, etc. ....

\$

C. ACHATS EN 1965: La présente enquête vise entre autre à établir le degré d'affiliation des magasins syndiqués. Pour établir cette affiliation en ce qui regarde votre magasin, il nous faut obtenir les détails suivants relatifs à vos achats: (des estimations soigneuses suffiront à 2)).

1) Total des achats de marchandises, en 1965, qui doivent être revendus (magasin(s) syndiqué(s) seulement) .....

2) Quelle quantité a été achetée:

a) d'un grossiste de magasins syndiqués .....

b) d'autres sources .....

D. STOCK DE MARCHANDISES devant être revendus, en magasin à la fin de l'année.

EXCLURE les fournitures du magasin .....

E. Les renseignements donnés dans le présent questionnaire sont exacts et complets autant que je sache.

Signature	Fonction officielle
Date du rapport	Période couverte:
	Du
	Au

















